

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan semakin menjadi ketat dan sulit untuk diprediksi. Dalam perusahaan transportasi persaingan sangat ketat perusahaan harus benar-benar mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan. Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ketempat lain dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakan oleh manusia atau mesin. Transportasi memudahkan manusia untuk melakukan tugasnya sehari-hari. Dinegara maju biasanya mereka menggunakan kereta bawah tanah atau bus. Sepedamotor merupakan salah satu jenis transportasi yang penting pada saat ini khususnya di Negara Indonesia. Memiliki sepeda motor bagi sebagian besar kalangan masyarakat pada saat ini menjadi suatu hal yang pokok dimana dapat membantu mereka dalam beraktivitas dalam bekerja. Sepeda motor adalah sebuah kendaraan beroda dua yang terdiri dari kerangka, roda, tanki bahan bakar, kemudi yang digerakan oleh mesin. Istilah sepeda motor sendiri merupakan gabungan dari dua kata, sepeda adalah bagian dari kerangka dan motor sebagai mesin penggerakannya. Di Indonesia sendiri sepeda motor menjadi salah satu alat transportasi yang paling diminati, dapat kita lihat seperti data di bawah ini :

Kendaraan Bermotor	Tahun						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mobil Penumpang	8.891.041	9.548.866	10.432.259	11.848.514	12.599.038	13.480.973	14.580.666
Mobil Bus	2.250.109	2.254.406	2.273.821	2.285.309	2.398.846	2.420.917	2.486.898
Mobil Barang	4.687.789	4.958.738	5.286.061	5.615.494	6.235.136	6.611.028	7.063.433
Sepeda Motor	61.078.188	66.839.341	76.381.183	84.732.652	92.976.240	98.881.267	105.150.082
Jumlah	79.907.127	85.601.351	94.373.324	104.118.969	114.209.260	121.394.185	129.281.079

Gambar 1. 1
Data pengguna kendaraan di Indonesi

Dapat di lihat pada gambar 1.1 dari tahun 2010- 2016 kendaraan sepeda motor menempati peringkat pengguna terbanyak di Indonesia mengalahkan mobil penumpang, mobil bus, dan mobil barang. Menurut Asosiasi Independen Surveyor Indonesia atau yang biasa disebut dengan AISI adalah salah satu lembaga surveyor di Indonesia. Dari AISI di dapat data penjualan sepeda motor di Indonesia dari tahun 2012-2017 sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Data Penjualan Sepeda Motor

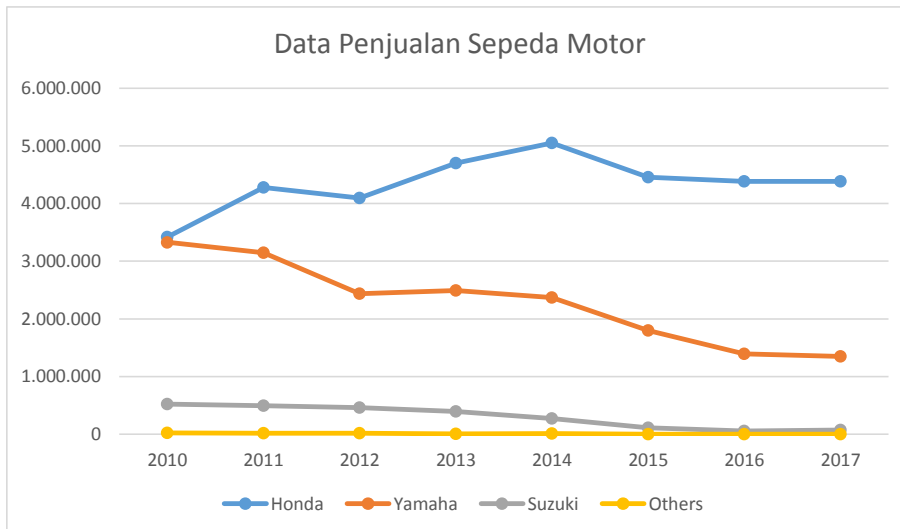
Total penjualan motor	Tahun					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	7.140.000	7.740.000	7.867.195	6.480.155	5.931.285	5.886.103

Sumber: AISI triatmono.info

Pertumbuhan industri sepeda motor di dalam negeri berkembang cukup tinggi dari tahun 2012-2014. Pada tahun 2012 penjualan motor mencapai 7.140.000 unit, dan mencapai angka tertinggi pada tahun 2014 mencapai 7.867.195 unit. Dan mengalami penurunan dari tahun 2014-2017 dengan penurunan pada tahun 2017 mencapai 5.886.103 unit seperti berita yang di cantumkan oleh AISI. Dari data tersebut kebutuhan transportasi khususnya sepeda motor sedang mengalami penurunan dimasyarakat, oleh sebab itu pelaku-pelaku industri sepeda motor di Indonesia saling bersaing dalam memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas masing-masing produk.

Comment [Office1]: Apa itu AISI?

Comment [a2]: Penjelasan nya sudah di tambahkan di atas bu



Sumber: <http://triatmono.info>

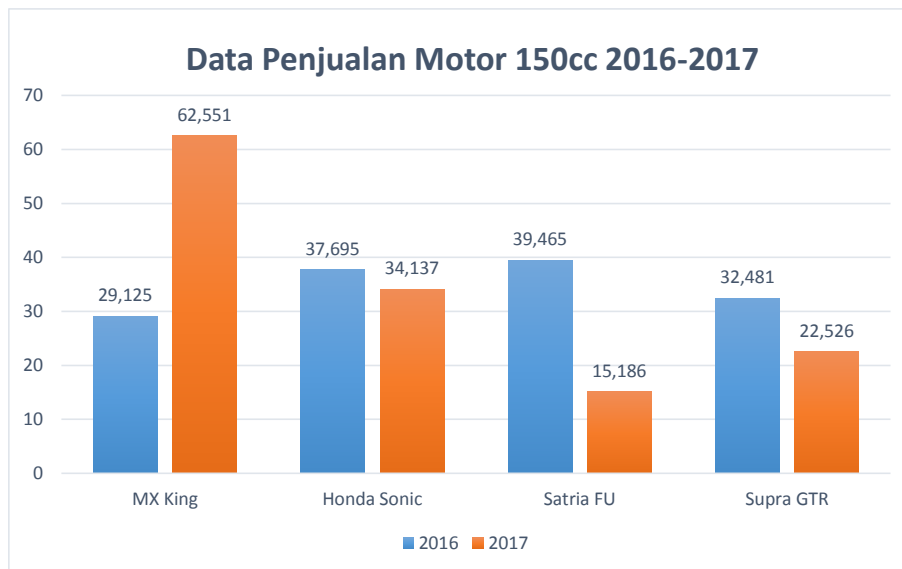
Gambar 1. 2
Data penjualan Sepeda Motor

Di Indonesia ada beberapa perusahaan sepeda motor seperti Honda, Yamaha, Suzuki, dan yang lainnya. Dari grafik diatas Suzuki menempati posisi penjualan paling rendah dibandingkan rival terbesarnya nya Honda dan Yamaha. Suzuki mengeluarkan produk yang dapat di unggulkan dalam perusahaannya. Pada segmen pasar anak muda, penjualan motor lebih dominan pada jenis motor sport yang berkapasitas mesin 150cc.

Dalam perubahan gaya hidup anak muda yang suka akan sepeda motor *sport*. maka perusahaan bersaing dalam memenuhi permintaan pasar dengan menyediakan berbagai varian yang cocok untuk memenuhi kebutuhan akan gaya anak muda tersebut. Hampir semua perusahaan motor menciptakan produk untuk menunjang gaya hidup anak muda ini. Sebut saja Honda dengan produk New Honda Sonic R150cc dan Supra GTR, Yamaha dengan produk MX King 150, dan Suzuki dengan Satria FU 150cc nya. Ketiga perusahaan tersebut berlomba-lomba dalam meningkatkan kapasitas penjualan produknya masing-masing. Hasil penjualan motor *underbone* dari kelas 150cc ketiga perusahaan tersebut dijabarkan dalam gambar dibawah ini:

Comment [Office3]: Apakah ini penjelasan dari gambar di atas?

Comment [a4]: Iya bubu ini penjelasan dari gambar diatas



Sumber: <http://kobayogas.com>

Gambar 1. 3
Data Penjualan Motor 150cc

Dapat dilihat pada Gambar 1.3 berdasarkan data penjualan motor 150cc pada tahun 2016 yang mendapati penjualan paling tinggi adalah Satria FU dengan penjualan mencapai 38.465 unit dan yang paling rendah adalah MX King dengan penjualan yang hanya mencapai angka 29.125 sedangkan pada tahun 2017 menjadi kebalikannya, yang mendapati unggul dalam penjualannya adalah MX King dengan penjualan mencapai 62.551 unit dan yang terendah adalah Satria FU dengan penjualan yang hanya mencapai angka 15.186 unit.

Penurunan penjualan sepeda motor Suzuki Satria FU membuat Suzuki terus berusaha untuk meningkatkan penjualan produknya agar sesuai dengan kebutuhan dan selera pasar. Persaingan yang semakin ketat membuat suatu perusahaan harus dapat menempatkan diri, harus bisa memenuhi dan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dalam berbisnis. Menurut Sumarwan (2011) para pemasar berkewajiban untuk memahami konsumen serta bisa mengambil keputusan pembelian, sehingga pemasar dapat memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini didukung Menurut penelitian Lusiah, Hendra (2017) kualitas produk

Comment [Office5]: Perhatikan penomoran, harus urut

merupakan faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pembelian. Pentingnya pengaruh kualitas produk dalam proses pengambilan keputusan pembelian didukung dengan data prapenelitian yang dilakukan oleh peneliti yang disebarkan kepada 40 responden dengan hasil sebagai berikut :



Sumber: Hasil peneliti

Gambar 1. 4
Hasil prapenelitian

Dan pada gambar 1.4 dapat dilihat faktor yang membuat konsumen memilih motor Satria FU adalah kualitas produk nya dibandingkan harga dan desain. Penampilan Satria FU relatif kurang “memukau”. Apalagi jika dibandingkan dengan rivalnya, membuatnya semakin berat untuk bersaing memperebutkan hati konsumen. (<https://motogokil.com>)

Menurut Kotler dan Keller (2012 : 121) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu kualitas produk memiliki berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sesuai dengan yang di lakukan Dalam penelitian Lusiah, Hendra (2017) ekualitas produk merupakan faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pembelian. Dalam meningkatkan fitur merupakan salah satu faktor yang

Comment [Office6]: Perhatikan penomoran

Comment [Office7]: Konsistensi penomoran

mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, Suzuki berusaha meredesain produk tersebut agar sesuai dengan kebutuhan pasar.

Perbedaan antara Satria FU yang baru dan Satria FU yang lama. Perbedaan yang paling jelas adalah sistem suplai bahan bakar keduanya, dimana *Old Satria* masih menggunakan karburator sementara untuk All New Satria baru pakai teknologi canggih yang sudah di program sebuah sistem elektronik, *Fuel Injection*, Injeksi atau disingkatnya FI, akan tetapi masih ada juga perbedaan-perbedaan besar diantara keduanya. tampilan desain terbaru dari motor Satria FU yang memiliki pembaruan terdapat pada headlamp LED, fairing, spakbor, knalpot, *tal lamp*, *speedometer*, penerangan, kunci kontak, step, dan ruang penyimpanan. Satria Fu 150 Injeksi merupakan generasi ke empat dari keluarga satria. Yang mana kehadiran motor Satria Fu 150 Injeksi merupakan hasil inovasi dari generasi sebelumnya. Dari berbagai inovasi yang dilakukan pabrikan suzuki terhadap Satria Fu 150 Injeksi, bagian yang paling menarik perhatian banyak orang yaitu digunakannya teknologi injeksi pada sistem bahan bakarnya sehingga banyak orang penasaran tentang performa dari motor ini. Digunakannya teknologi injeksi pada motor ini tentu saja membuat Kelebihan Satria Fu 150 Injeksi ini menjadi lebih irit bahan bakar dibandingkan dengan satria fu yang masih menggunakan karburator. Akan tetapi dibalik konsumsi yang hemat, banyak orang bertanya apakah motor ini memiliki performa yang sama tinggi dengan motor satria fu karburator yang memiliki konsumsi bbm yang cukup boros. Tentu saja untuk menjawab pertanyaan tersebut, perlu dilakukan uji coba. Dari hasil uji coba yang dilakukan, daya maksimum yang mampu di hampaskan motor bebek sport suzuki ini yakni 18.2 HP@ 10.000 RPM yang di dukung dengan torsi puncak mencapai 13.8 N.m @ 8.500 RPM.

Menurut Owusu Alfred (2013) kualitas suatu produk dapat dijelaskan sebagai penilaian konsumen tentang keunggulan atau tingkat keunggulan suatu produk. Kualitas yang dirasakan mungkin tidak ada karena semua kualitas dirasakan oleh seseorang baik itu konsumen atau manajer. Keputusan pembelian adalah proses penentuan pilihan konsumen dari berbagai alternatif pilihan yang ada terhadap produk yang paling sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Menurut Tjiptono (2008). Kualitas produk adalah suatu tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk membedakan produk perusahaan

dengan produk pesaingnya, sehingga dapat dipandang atau dipersepsikan konsumen bahwa produk yang berkualitas tersebut mempunyai nilai tambah yang diharapkan oleh konsumen. Perusahaan yang memiliki produk yang selalu memiliki inovasi akan membuat konsumen tidak jenuh dan memiliki alternatif dalam melakukan keputusan pembelian dan menggunakan suatu produk (Syarif, 2008). Pendapat tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Monalisa (2015) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan menciptakan keputusan pembelian. Keputusan pembelian akan dilakukan ketika konsumen sudah memilih produk yang cocok untuk memenuhi kebutuhannya. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Armstrong, 2012:226). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Dan penelitian yang dilakukan oleh Mohd Rizaimy Shaharudin dkk (2011) menyatakan bahwa kualitas yang dirasakan adalah faktor utama dimana orang membuat perbedaan di pasar dan kualitas biasanya terletak di mata orang yang melihatnya. Baik persepsi kualitas pasti akan merangsang pelanggan untuk pembelian pada merek / model sepeda motor tertentu. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, bermaksud untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Satria FU” (Survey Terhadap Komunitas Suzuki Satria F150 Club Bandung)

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi mengenai kualitas produk pada motor Suzuki Satria FU survey menurut anggota Komunitas Suzuki Satria F150 Club Bandung?
2. Bagaimana deskripsi mengenai keputusan pembelian pada motor Suzuki Satria FU survey menurut anggota Komunitas Suzuki Satria F150 Club Bandung?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Suzuki Satria FU survey menurut anggota Komunitas Suzuki Satria F150 Club Bandung?

Comment [Office8]: Bukan terhadap tapi menurut anggota komunitas.....

1.3 Tujuan Penelitian Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran mengenai kualitas produk pada motor Suzuki Satria FU menurut anggota Komunitas Suzuki Satria F150 Club Bandung.

Comment [Office9]: Anggota komunitas

2. Untuk mengetahui gambaran mengenai keputusan pembelian pada motor Suzuki Satria FU menurut anggota komunitas Suzuki Satria F150 Club Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian motor Suzuki Satria FU menurut anggota komunitas Suzuki Satria F150 Club Bandung.

Comment [Office10]: Anggota komunitas

Comment [Office11]: Anggota komunitas

1.4 Manfaat penelitian

Comment [Office12]: Hanya ada dua manfaat, secara akademis dan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi berbagai pihak antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengetahuan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran yang berkaitan dengan Kualitas Produk & Keputusan Pembelian di industri otomotif.

Comment [Office13]: Di industri apa

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan kualitas produk yang dipengaruhi oleh keputusan pembelian dan memberikan masukan bagi perusahaan Suzuki mengenai pentingnya kualitas produk bagi keputusan pembelian.

Comment [Office14]: Sebutkan perusahaannya